

INTERGAMMA

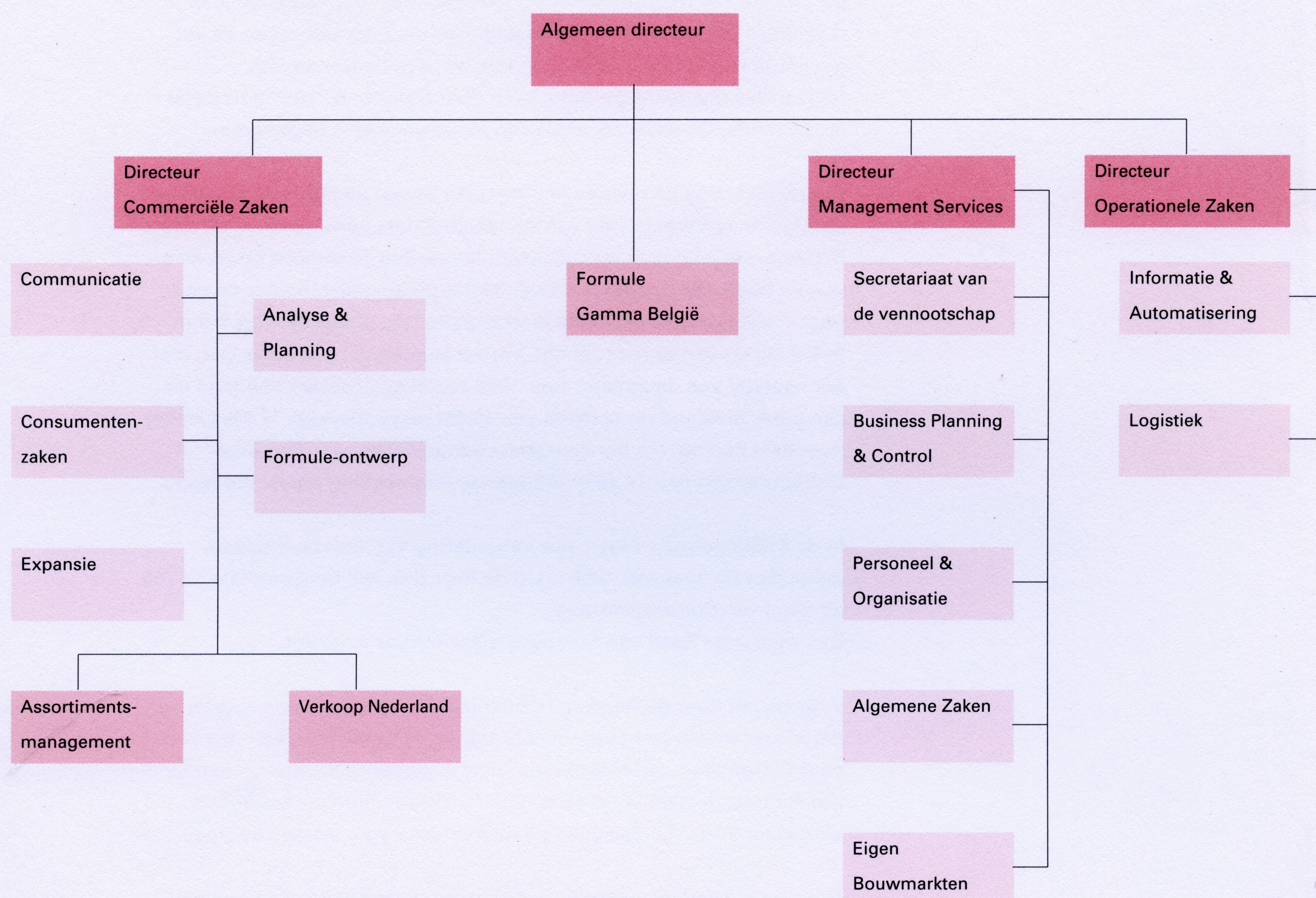
JAARVERSLAG 1994


INTERGAMMA

Intergamma is de franchise-organisatie, die de winkelformules Gamma en Karwei exploiteert. Deze ketens van grootschalige doe-het-zelf-bouwmarkten bestaan uit totaal 213 vestigingen.
De activiteiten spelen zich af op de Nederlandse en Belgische markt. Intergamma levert een compleet scala aan professionele diensten op het gebied van assortiment, formulebeheer, publiciteit, personeels-training, verkoopbegeleiding en automatisering.

Intergamma wil haar leidende positie in de doe-het-zelfmarkt in Nederland verder uitbouwen en in België een stevige tweede plaats bereiken door het bewerkstelligen van een excellente marktpositie van de Gamma- en Karwei-bouwmarkten.

Organisatieschema



Per 1 april 1995

Verslag van de directie

Resultaatontwikkeling

De omzet van Intergamma heeft zich over 1994 positief ontwikkeld. De geconsolideerde netto concernomzet nam in 1994 toe met 15% tot f 1.176 miljoen. De winkelomzet van de formules Gamma Nederland en Karwei was f 1.606 miljoen inclusief BTW, hetgeen een groei betekende van 10,8%. Dit is meer dan de groei van het bouwmarktsegment in de doe-het-zelfbranche, die 9,3% bedroeg. De winkelomzet van de formule Gamma België is met 15% toegenomen. De concernomzet toonde een hogere stijging dan de totale winkelomzet doordat in het verslagjaar voor de Karwei-bouwmarkten een groter aandeel van de inkopen centraal werd gefactureerd dan in 1993.

De geconsolideerde winst over 1994 bedraagt f 13,9 miljoen na vennootschapsbelasting. Ten opzichte van het jaar 1993 is dit een verbetering met 11%. Bij eliminatie uit de cijfers van 1993 van de per 1 januari 1994 respectievelijk 30 december 1994 aan franchisenemers verkochte Gamma-bouwmarkten te Roeselare en te Lokeren blijkt echter een groei van de geconsolideerde winst met 12,9%.

Investeringen en financiering

Per 1 januari 1994 respectievelijk 30 december 1994 werden de Gamma-bouwmarkten te Roeselare en te Lokeren verkocht.

Per saldo nam gedurende het boekjaar de balanspost vaste activa af met f 3,8 miljoen, waarvan f 1,5 miljoen ten gevolge van de verkoop van bovengenoemde Belgische bouwmarkten. De investeringen, in totaal tot een bedrag van f 1,5 miljoen, werden overtroffen door de afschrijvingen, die f 3,8 miljoen bedroegen. Het totaal van de investeringen werd gefinancierd uit de in het verslagjaar gegenereerde cashflow.

De belangrijkste investeringen hadden betrekking op computer-hardware, een telefooncentrale en (her)inrichting van kantoren.

De doe-het-zelfmarkt

Wereldwijd trok in 1994 de economie weer aan. Ook het Nederlandse bedrijfsleven herstelde zich sterk van de voorgaande zwakkere jaren. De Nederlandse economie groeide bijna 2,5%, maar het resultaat nam bij een groot aantal bedrijven vaak nog meer toe door de effecten van vroegere reorganisaties. De inflatie bleef beperkt tot 2,7%. De werkloosheid (ruim 8,5%) steeg echter: het betrof met name de langdurige werkloosheid. Dat er toch sprake was van een voorzichtig herstel van de werkgelegenheid blijkt wellicht uit de verhoogde inzet van uitzendkrachten.

In tegenstelling tot de sterke ontwikkeling bij de industrie groeide de Nederlandse detailhandel in zeer beperkte mate. De totale detailhandel realiseerde een omzetstijging van 0,7% bij een licht dalend volume.





Wagener Bouwmarkten B.V., onderdeel van NBM Amstelland N.V., is eigenaar van zes Gamma-bouwmarkten in Nederland. Eén van de directeuren van Wagener Bouwmarkten B.V. is de heer W.H.C. Dijkhof.

"Een belangrijk onderdeel van een formule is de huisstijl. **Je moet herkenbaar zijn in de markt.** *Daarom is het van groot belang dat alle Gamma-bouwmarkten de nieuwe huisstijl zo spoedig mogelijk doorvoeren."*

"Onze bouwmarkten die gerestyled zijn genereren een duidelijk hogere omzet. In het najaar van 1995 zullen al onze bouwmarkten in de nieuwe huisstijl zijn uitgevoerd."

"Huisstijl moet je overlaten aan deskundigen. Wat betreft het kostenplaatje van een huisstijlwijziging zal rekening moeten worden gehouden met de marktontwikkeling in de komende jaren."


CORSA
Schindler








AND




3
4


GAMMA
3
GAMMA
4
GAMMA
5




NISSAN SUNNY




tuingrond



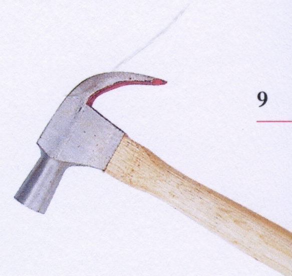



KAR


tuingrond


KAR
WEI





Cementbouw Beheer B.V. heeft zeven Gamma-bouwmarkten in Vlaanderen. Eén daarvan is Gamma Geel; de eerste Belgische Gamma die is omgebouwd in de nieuwe Gamma-huisstijl. Yvo Geerts is er bouwmarktmedewerker.

"Deze Gamma bestaat al 15 jaar en was echt aan een opfrisbeurt toe. En dat is het zeker geworden. **Alles toont lichter en ruimer waardoor de klant een beter overzicht heeft.** *En de aanduidingen zijn veel duidelijker, zoals de grote prijs-signing boven de hoge kopstellingen."*

"Ik werk hier nu acht jaar en heb de klant steeds mondiger zien worden. Hij vraagt meer, wil meer. Daarop is bijvoorbeeld ingespeeld door bij de entree een balie te plaatsen. In deze landelijke omgeving kent iedereen elkaar. Je bouwt een relatie op met je klanten: de klant die terugkomt is een goeie klant."





Reeds enkele jaren laat de doe-het-zelfbranche een grotere stijging zien dan andere branches in de detailhandel, voornamelijk veroorzaakt door gunstige rentestanden en een levendige verhuismarkt. De totale omzet in doe-het-zelfartikelen steeg 5% tot f 5,9 miljard. Deze stijging kwam geheel voor rekening van het bouwmarktsegment, dat een omzetstijging liet zien van 9,3%. Voor alle andere marktsegmenten nam het aandeel in de totale doe-het-zelfmarkt af. De besteding aan doe-het-zelfprodukten per hoofd van de bevolking is f 414, hetgeen internationaal gezien middelmatig tot laag is.

Marktaandelen van de doe-het-zelfsegmenten in Nederland

in procenten	**1994**	1993	1992
Hypermarkten en warenhuizen	3,8	4,0	4,1
Verf- en behangspeciaalzaken	12,9	13,2	13,6
IJzerwaren- en gereedschappenspeciaalzaken	14,2	15,1	16,2
Breedpakketzaken	18,1	18,7	19,4
Bouwmarkten	51,0	49,0	46,7

Ook in België ontwikkelde de economie zich gunstig, alhoewel gematigder dan in Nederland. De inflatie nam iets af, maar de werkloosheid kwam op een zorgwekkend hoog niveau (bijna 14%).

De totale doe-het-zelfmarkt in België groeide in 1994 circa 1,5% en wordt geschat op 85,5 miljard Belgische frank (f 4,7 miljard).
Hiervan werd ongeveer 48% omgezet door het segment van grootschalige aanbieders.

Gamma Nederland

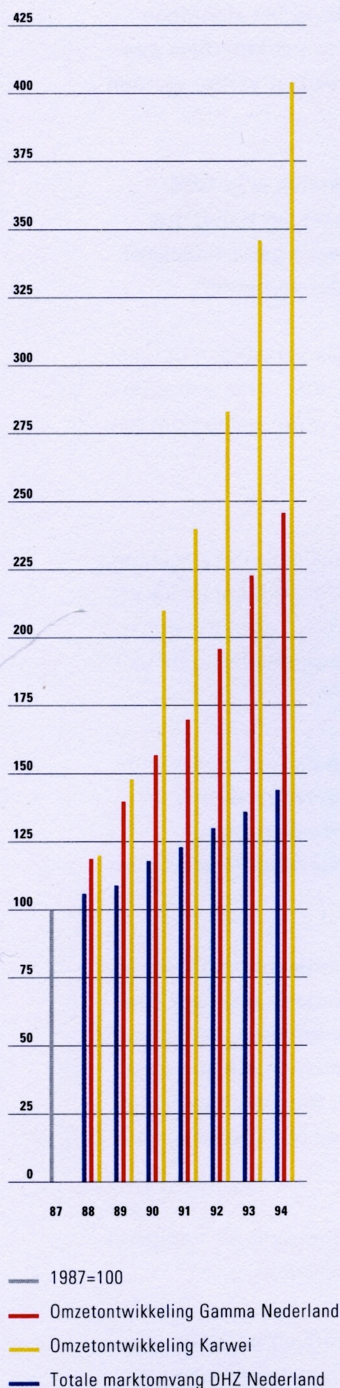
In 1994 werden in Nederland zes nieuwe Gamma-bouwmarkten geopend: in Nieuwegein, Amstelveen, Hoogeveen, Purmerend, Haaksbergen en Goes. Hiermee kwam het aantal Gamma-bouwmarkten ultimo 1994 op 114. Daarnaast werden negen bouwmarkten verplaatst, uitgebreid en/of gerestyled. De totale verkoopvloeroppervlakte nam toe tot 215.029m^2 (1993: 199.690m^2).

Een goede start in de eerste twee periodes werd gevolgd door een meer gematigde ontwikkeling in de rest van 1994. Het slechte voorjaar, een warme zomer en een terughoudend aankoopgedrag van de consument in de tweede helft van 1994 resulteerde per saldo in een omzet die 9% hoger was dan die van 1993 (groei 1993: 15,1%). Door deze ontwikkeling steeg het aandeel van de formule Gamma Nederland in de totale doe-het-zelfmarkt nog van 19,8% naar 20,6%, maar in het bouwmarktsegment daalde haar aandeel licht, van 40,5% in 1993 naar 40,4%.

Eind 1994 voerden 37 bouwmarkten de nieuwe Gamma-huisstijl. In een aantal stappen werd ook de Gamma-krant aangepast aan de nieuwe huisstijl, alsmede het magazine "Zelf Doen". Een nieuwe televisiecommercial en radioreclame in de bekende Gamma-stijl zorgden voor een onverminderd promotionele bijdrage. Met de Kluspas in het tuinseizoen en diverse premiums – waaronder de Gamma-huisagenda – werd een actief promotiebeleid gevoerd.

Het in 1993 gestarte opleidingsprogramma voor de regiomanagers en bouwmarktleiders werd in 1994 verder uitgebouwd met opleidingen op het gebied van managementvaardigheden, ondernemerschap en "management by objectives". In het kader van doelgericht werken werd in 1994 begonnen met de ontwikkeling van aangescherpte budgetterings- en planningsmethodieken per bouwmarkt.

Hoewel de resultaten zich ook in 1994 positief ontwikkeld hebben, zullen de komende jaren extra inspanningen van franchisegever en franchisenemers gevraagd worden om de resultaten op het gewenste niveau te houden. Klantgericht denken en doen, nieuwe (logistieke) systemen, een actief uitbreidings- en relocatiebeleid en een versnelde doorvoering van de nieuwe huisstijl zullen noodzakelijk zijn om de marktleiderspositie te kunnen verstevigen.



Karwei

In het verslagjaar werden nieuwe Karwei-bouwmarkten geopend in Leusden, Soest en Noordwijkerhout. Daarnaast verhuisde één bouwmarkt naar een nieuwe locatie en werden 13 bouwmarkten verbouwd. De Karwei-bouwmarkt in Leersum werd gesloten. De totale verkoopvloeroppervlakte nam toe tot 100.251m² (1993: 97.500m²). Ultimo 1994 waren er 63 Karwei-bouwmarkten.

De omzet nam in 1994 met 16,8% toe ten opzichte van 1993. Dit is aanzienlijk beter dan de marktgroei. Hierdoor steeg het aandeel in de doe-het-zelfmarkt van 5,8% naar 6,4% en in het bouwmarktsegment van 11,8% naar 12,6%.

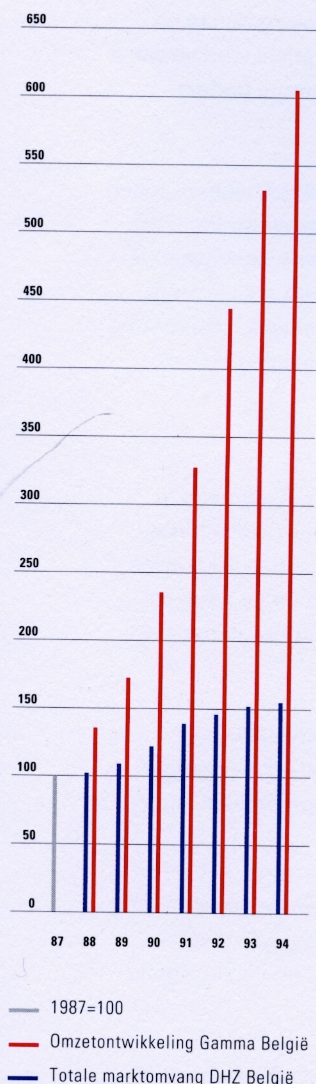
Met de Beleids Adviescommissie is in 1994 op intensieve wijze overleg gevoerd over belangrijke beleidszaken zoals het klantgerichtheidsprogramma, de ontwikkeling van de nieuwe huisstijl en de voortgang van de bouwmarktautomatisering.

In 1994 is de naamsbekendheid van Karwei verder vergroot door onder meer het intensief uitzenden van televisiecommercials. De Grote Klus-actie in de zomer en de Tien Tientjes Dagen aan het einde van het jaar werden ondersteund door op de acties afgestemde televisiereclame.

Met veel succes werd in de tweede helft van het jaar begonnen met trainingen voor klantgerichtheid. Deze zullen in 1995 gecontinueerd worden. Uit diverse onderzoeken is naar voren gekomen dat de keuze van de consumenten steeds meer bepaald wordt door deskundigheid en vriendelijkheid van het personeel in de bouwmarkt. In het algemeen heeft de formule Karwei ten opzichte van de andere marktpartijen een goede positie, maar deze positie moet het komende jaar verder worden versterkt en verankerd worden in de organisatie.

Met betrekking tot de begeleiding van de bouwmarkten is in 1994 opnieuw een aantal belangrijke stappen gezet. Naast het Handboek Bouwmarkt is een procedure voor werving en selectie geïntroduceerd. Ook is het plannings- en budgetteringstraject verder verbeterd.

1994 was voor de formule Karwei een goed jaar. De verschillen in resultaten tussen de franchisenemers zijn echter groot. Een actief expansie-, relocatie- en remodellingsbeleid blijft daarom van groot belang om het huidige groeitempo te kunnen voortzetten.



Gamma België

Ook in 1994 is de formule Gamma België aanzienlijk in omzet gestegen. Met een omzet van 4,4 miljard Belgische frank (f 238 miljoen) inclusief BTW, een omzetgroei ten opzichte van 1993 van 15%, kwam het marktaandeel binnen het segment van de grootschalige aanbieders van 14,3% in 1993 op 15,6% in 1994.

Gezien de betrekkelijk hoge naamsbekendheid van de formule Gamma België werd er een grotere prioriteit toegekend aan radioreclame dan aan televisiecommercials. De radioreclame als onderdeel van de veertiendaagse campagne bleek een positieve uitwerking te hebben op de omzetontwikkeling.

De communicatiestrategie die in 1991 werd geformuleerd, met als doelstelling de naamsbekendheid van de formule Gamma België over een periode van drie jaar op een uitmuntend niveau te brengen, won diverse prijzen in de Belgische Effie Award. Dit is een competitie die bewezen effectieve communicatiecampagnes onderscheidt. Binnen de categorie "Retail Long Term" werden drie prijzen behaald: de publieksprijs, de Effie Award 1994 en de Grand Effie 1994.

De eerste schreden op de franstalige markt in Wallonië zijn bevredigend. De omzet over 1993 werd met meer dan 40% overtroffen.

Er werden in het verslagjaar twee nieuwe bouwmarkten geopend, één in Turnhout en één in Oudenaarde, en er werden twee bouwmarkten uitgebreid. De totale verkoopvloeroppervlakte nam toe tot 47.497m² (1993: 44.200m²).

De bouwmarktmedewerkers werden in 1994 in hoge mate geconfronteerd met aanpassingen en nieuwe stromingen in de werking van de formule. Zo werden in hoog tempo talrijke wijzigingen in assortimentspresentatie gerealiseerd, hetgeen eveneens een gunstige invloed heeft gehad op de omzetontwikkeling.

Aantal bouwmarkten, winkelomzet en marktaandeel per formule

	Aantal bouwmarkten		Winkelomzet in miljoenen guldens inclusief BTW		Marktaandeel	
	1994	1993	**1994**	1993	**1994**	1993
Gamma Nederland	**114**	108	**1.226**	1.124	**20,6**	19,8
Karwei	**63**	61	**380**	325	**6,4**	5,8
Gamma België	**36**	34	**238**	205	**15,6***	14,3*
Totaal	**213**	203	**1.833**	1.654		

* binnen de markt van de belangrijkste grootschalige aanbieders in België

Automatisering

Het jaar 1994 heeft voor de automatisering in het teken gestaan van de verdere professionalisering van processen op het gebied van de informatievoorziening. Als aandachtspunten kunnen worden genoemd het releasegewijs uitvoeren van onderhoud, de introductie van een betere registratie- en analysemethodiek op de Helpdesk, een adequate personele invulling en het inrichten van de gebruikersverantwoordelijkheid.

In de loop van het verslagjaar bleek in de organisatie behoefte te bestaan aan een onafhankelijk onderzoek, alvorens over te gaan tot de implementatie van het systeem voor winkelautomatisering bij alle bouwmarkten van de drie formules. Als gevolg daarvan heeft een extern bureau een onderzoek uitgevoerd naar de wijze waarop Intergamma invulling geeft aan de winkelautomatisering. Hierbij zijn de volgende aspecten in beschouwing genomen: de functionele inhoud van het systeem in relatie tot het investeringsniveau voor de franchisenemer, de organisatiestructuur van de winkelautomatisering en de toekomstvastheid van het hardwareplatform. De aanbevelingen uit dit onderzoek zijn vertaald in maatregelen, die deels reeds zijn geëffectueerd en deels worden geïncorporeerd in toekomstige ontwikkelingen. De oorspronkelijk voor 1994 geplande implementatie is thans in volle gang.

Verder werden in alle bouwmarkten in 1994 voorzieningen voor elektronisch betalen geïnstalleerd.

Bij de Belgische bouwmarkten werd in juni 1994 het Centraal Bestel Systeem geïmplementeerd. Hierdoor is het percentage van de orders

voor de Belgische bouwmarkten dat via EDI loopt in 1994 gestegen van 0% naar 91%. De formule Gamma België zal qua automatiseringsgraad van de bouwmarkten op relatief korte termijn op een zelfde niveau zijn als de formules Gamma Nederland en Karwei.

Op het gebied van de infrastructuur is de installatie van een Intergamma-netwerk voorbereid. Deze installatie zal in de loop van 1995 haar definitieve vorm krijgen. In de eerste fase zullen alle afdelingen in alle Intergamma-kantoren met elkaar verbonden zijn via een intern netwerk, waaraan dan in de tweede fase tevens de bouwmarkten zullen worden gekoppeld.

Milieu

Het milieubeleid is er onverminderd op gericht aan alle milieu-aspecten aandacht te besteden, te weten: produkten, verpakkingen, voorlichting, scholing, energie, plastic draagtassen en bedrijfsinterne milieuzorg. Voor de formules Gamma Nederland en Karwei is het milieubeleid vrijwel op gelijk niveau gebracht. In België is de milieuproblematiek anders dan in Nederland; waar nodig is het milieubeleid voor de formule Gamma België op een vergelijkbaar niveau als de formules Gamma Nederland en Karwei.

Sinds 1983 is Intergamma begunstiger van de Stichting Verpakking en Milieu. In het verslagjaar is een aantal maatregelen genomen, resulterend in een vermindering van de totale hoeveelheid verpakkingen waar Intergamma verantwoordelijk voor is. Naast kwantitatieve zijn er ook kwalitatieve verbeteringen gerealiseerd.

Overeenkomstig de in 1993 gesloten overeenkomst met "Hart voor Hout" is in 1994 een groot deel van het houtassortiment gewijzigd. Er zijn stappen ondernomen om samen met de leveranciers te komen tot certificering van duurzaam verbouwd tropisch hout.

In 1995 is Intergamma begonnen met activiteiten gericht op een voorziening voor bouw- en sloopafval voor de doe-het-zelfconsument, op een alternatief voor de plastic draagtas in de bouwmarkten en op vermindering van en efficiënter omgaan met bouwmarktbedrijfsafval.

Logistiek

De in 1993 in het leven geroepen projectgroep Logistiek richtte zich op de vraag of stroomlijnen van de logistiek bij kan dragen tot de ontwikkeling van Intergamma en zo ja, op het ontwikkelen van voorstellen voor een verbeterde infrastructuur. Medio 1994 heeft de projectgroep haar bevindingen gepresenteerd. Belangrijkste conclusie was dat het herinrichten van de keten en de bedrijfsprocessen kan leiden tot een versterking van de positie van Intergamma en haar franchisenemers.

Een "efficiënt-consumer-response" aanpak kan enerzijds het winkelbeeld c.q. de "out-of-stock" positie en de kwaliteit van het voorraadbeheer positief beïnvloeden. Anderzijds levert zij besparingen op bij voorraden en fysieke en administratieve handelingen.
Deze aanpak wordt sinds oktober 1994 in een drietal bouwmarkten in een pilot-omgeving verder ontwikkeld, waarbij de toelevering aan de pilot plaatsvindt door een speciaal voor de pilot ingericht sorteercentrum. De eerste resultaten zijn bemoedigend.

In 1995 zal het logistieke concept inclusief de informatiesystemen nader worden uitgewerkt.

Organisatie-ontwikkeling

Intergamma heeft een aantal belangrijke stappen gezet op weg naar een professioneler opererende dienstverlenende organisatie.

Commerciële Zaken heeft een centralisatie doorgevoerd van de verkoopbevorderende en de inkoopfuncties van Gamma Nederland, Karwei en Gamma België. Voor deze centralisatie moesten de inkoopprocessen, de automatisering daarvan en de personele invulling diepgaand worden bekeken en aangepast.

In het verslagjaar is een start gemaakt met het veranderprogramma "Bouwen Aan Morgen", waarbinnen de komende jaren de organisatieontwikkelingen worden gepland, beheerst en bewaakt. Verandering om verbeteringen te bewerkstelligen blijft bij Intergamma net als in voorgaande jaren een constante factor.

Personele zaken

Het totaal aantal medewerkers bij de geconsolideerde ondernemingen bedroeg ultimo 1994 370, waarvan er 282 full-time werkzaam waren en 88 part-time. Ultimo 1993 bedroeg het totaal aantal medewerkers 349, waarvan 280 op full-time en 69 op part-time basis. In het verslagjaar was het percentage medewerkers dat uit dienst trad 17% van het totaal. Vooral binnen Assortimentsmanagement, maar ook op andere afdelingen zijn relatief hoog opgeleide medewerkers aangetrokken. Voor het verkrijgen van meer kennis van bouwmarktprocessen bij Intergamma zijn diverse commerciële trainees gedetacheerd bij franchisenemers als (assistent-)bouwmarktleider.

In 1994 werden de arbeidsvoorwaarden voor alle medewerkers geharmoniseerd en op schrift gesteld in het Arbeidsreglement. Nieuwe wetgeving gaf ruimere mogelijkheden voor bedrijfssparen en Intergamma heeft deze benut. De premiespaarregeling en de spaarloonregeling zijn ingevoerd en de oude winstdelingsspaarregeling is afgeschaft. Verder werd de pensioenregeling vergaand gemoderniseerd.

Karwei Gorinchem is de eerste Karwei-bouwmarkt die voorzien is van een gevel in de nieuwe huisstijl. Joost Zijderveld is vestigingsmanager van deze bouwmarkt.

"Ik heb het volste vertrouwen in de nieuwe Karwei-huisstijl. **Het pand met de nieuwe beplating en het nieuwe logo komt heel krachtig over.** *Leuk is ook dat er veel over gediscussieerd wordt, zowel door de klanten als door de medewerkers."*

"Karwei Gorinchem fungeert als pilot voor toepassing van de nieuwe huisstijl in het interieur en voor de bedrijfskleding. Dat is heel spannend en een grote uitdaging. Het interieur is klantgerichter, met een grotere informatiebalie, een koffiezitje en een aparte speelhoek voor de kinderen. De signing is beter en de totale inrichting overzichtelijker. Ik ben er zeker van dat de nieuwe huisstijl positieve invloed zal hebben op de omzet".







De heer J. van der Linden komt al 12 jaar in de doe-het-zelfwinkel van de heer De Jong en mevrouw Van der Laan in Dokkum. Vanaf het moment dat hij in het nabijgelegen Brantgum kwam wonen.

"Deze winkel was oorspronkelijk een breedpakketzaak. In 1986 werd het een Karwei-bouwmarkt, wat een enorme uitbreiding van het assortiment betekende. Alles voor mijn klussen in en om het huis vind ik er onder één dak. Dat is reuze handig."

Karwei Dokkum is in 1994 intern omgebouwd en vergroot tot 2.800m². Kort geleden werd de bouwmarkt aan de buitenkant in de nieuwe huisstijl gebracht. "De nieuwe huisstijl valt echt op. De gevel is schitterend.

Je hoeft je niet af te vragen welke firma hier zit."

"Ik ben een ervaren klusser, maar ik weet niet overal alles van. Ik krijg bij deze bouwmarkt een stuk voorlichting, waar ik mijn voordeel mee kan doen. Verder is de winkel lekker overzichtelijk. Ik kom hier graag."



Het aantal deelnemers voor cursussen Warenkennis voor Gamma en Karwei bedroeg 831. In het verslagjaar zijn in totaal 1.200 diploma's uitgegeven. Het project Klantgerichtheid dat in samenwerking met KLM Opleidingen Cabinepersoneel werd opgestart, heeft bij de formule Karwei grote aandacht gekregen.

De directie is de medewerkers dank verschuldigd voor hun inzet om alle veranderingen tijdens, maar ook naast de dagelijkse werkzaamheden te realiseren.

Ondernemingsraad

De Ondernemingsraad is in het verslagjaar tweemaal om advies gevraagd. Het overleg met de Ondernemingsraad wordt door de directie zeer op prijs gesteld.

In 1994 is de eerste zittingsperiode van de Ondernemingsraad beëindigd. Op 31 december 1994 bestond de Ondernemingsraad uit de volgende personen:

P.G. Reeuwijk, *voorzitter*
F. Hamster, *secretaris*
J.H.Th. Eikholt
B.G.S.W. Bahlman
Th.J. Scholten
P. de Vreede
R.H. Geldman
J. Pot
M. Blankers

Door de Ondernemingsraad is een beleidsplan gemaakt voor de jaren 1995 tot en met 1997. Kernpunten uit dit beleidsplan zijn: het arbeidsreglement, ziekteverzuim, de aanpak van functioneringsproblemen en/of sociale problemen van medewerkers, loopbaanplanning, rookbeleid en Arbowet.

Vooruitzichten 1995

Voor 1995 wordt een voortgaand herstel van de economie verwacht. Zowel in Nederland als in België zal de inflatie iets lager uitkomen dan in 1994, terwijl de werkgelegenheid zich enigszins zal verbeteren.
De groei van het Nederlandse bruto binnenlands produkt wordt in 1995 geschat op 2,8%, met een bijna even hoge stijging van de particuliere consumptie. In Nederland zal, ondanks de loonmatiging, de koopkracht met ruim 2% toenemen als gevolg van lagere belastingen, een hogere incidentele looncomponent, toenemend inkomen voor gezinnen en de groei van het aantal banen. Voor België wordt verwacht dat de maatregelen van het zogenaamde Globale Plan ook zullen leiden tot een gunstige ontwikkeling van nagenoeg alle macro-economische indicatoren.

De inflatie zal relatief laag zijn door verplichte loonmatiging en een prijzenoorlog tussen de supermarkten. De groei van de particuliere consumptie wordt geschat op 1,8%.

In hoeverre de verwachte gunstige ontwikkeling van de economie een verdere groei van de doe-het-zelfmarkt in Nederland en België zal stimuleren is nog de vraag. De eerste maanden van 1995 geven de indruk van een wat afwachtende houding van de consument. Voor 1995 wordt een groei verwacht die ongeveer op of iets onder het niveau van 1994 zal liggen. Door toename van het aantal bouwmarkten zal het aandeel van de grootschalige winkelformules verder stijgen. De verruimde winkelopeningstijden zullen mogelijk in 1996 tot een extra stimulans leiden van de doe-het-zelfmarkt.

De verwachting dat Intergamma in 1995 opnieuw een omzetgroei zal realiseren lijkt gerechtvaardigd. Echter, door de toenemende concurrentiedruk kan de groei van de oudste formule, Gamma Nederland, mogelijk lager zijn dan in recente jaren. De intensieve aandacht die in de diverse projecten binnen "Bouwen Aan Morgen" wordt gegeven aan de professionalisering van onder andere formulemanagement, actiemanagement, klantenmanagement en management van bouwmarkt performance, dient er uiteindelijk voor zorg te dragen dat Intergamma haar toonaangevende positie behoudt.

Voor het jaar 1995 zijn investeringen gepland die voornamelijk betrekking hebben op automatiseringsprojecten en onroerend goed ten behoeve van de vestiging van een nieuwe bouwmarkt.
Naar verwachting zal de cashflow in 1995 ruim voldoende zijn om de financieringsbehoefte te dekken. De personeelsbezetting zal gedurende 1995 in licht mate toenemen ten opzichte van 1994.

Baarn, 24 april 1995

Directie

H. Steenman

Kerngegevens vanaf 1990

bedragen in duizenden guldens	**1994**	1993	1992	1991	1990
Winkelomzet*	**1.551.244**	1.404.438	1.274.750	992.700	794.500
Groepsomzet*	**1.175.874**	1.022.454	834.252	716.628	647.292
Cashflow	**17.728**	15.893	15.099	13.035	14.394
Resultaat na belastingen	**13.941**	12.561	11.104	9.600	7.490
Rentabiliteit eigen vermogen	**22,4%**	25,1%	28,7%	29,6%	26,6%
Winst voor belastingen en rentelasten	**20.725**	20.707	17.968	14.331	11.856
Rentabiliteit totaal vermogen	**11,2%**	13,4%	13,9%	12,3%	12,0%
Salarissen en sociale lasten	**21.854**	21.311	21.120	17.324	14.608
Afschrijvingen	**3.787**	3.332	3.995	3.435	6.904
Overige bedrijfskosten	**22.957**	17.992	20.162	16.652	10.071
Eigen vermogen	**68.703**	55.909	44.037	33.399	31.549
Totaal vermogen	**196.171**	172.722	135.632	123.479	109.722
Eigen vermogen als % van balanstotaal	**35,0%**	32,4%	32,5%	27,0%	28,8%
Eigen vermogen als % van in het bedrijf werkzame vermogen	**89,8%**	89,4%	87,7%	85,6%	85,3%
Werkkapitaal	**59.703**	41.829	28.118	18.354	19.016
Vlottende activa/kortlopende schulden	**1,5**	1,4	1,3	1,2	1,3

* Exclusief BTW





